

DAXİLİ ƏRZAQ BAZARINDA RƏQABƏT MÜHİTİNİN DÖVLƏT
TƏNZİMLƏNMƏSİNİN İSTİQAMƏTLƏRİS.İ.MAHMUDOV
Az.ETKTİ və Tİ

Məqalədə daxili ərzaq bazarında rəqabət mühitinin dövlət tənzimlənməsi məsələləri araşdırılır. Ərzaq bazarında rəqabət mühitinin tənzimlənməsi üçün məhsul istehsalının artırılması və sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılmasında dövlətin fəaliyyət iqlamətləri araşdırılır. Araşdırmalar göstərir ki, daxili ərzaq bazarında rəqabət mühitinin tənzimlənməsi dövlətin əsas funksiyalarından biridir. Yəni rəqabətə təsir edən əsas amillərin, iqtisadi vasitələrin səmərəli tətbiqi mexaniziminin yalnız dövlətin müdaxiləsi sayəsində mümkündür. Bu istiqamətdə istifadə olunan iqtisadi vasitələrdən biridə qiymət amili olduğundan daxili bazarda onun tənzimlənməsi zəruridir.

Açar sözlər: ərzaq, bazar, rəqabət, dövlət, tənzimləmə, iqtisadiyyat, inhisar, qiymət, istehsal, satış.

Məlumdur ki, azad bazar iqtisadi şəraitində qiymət iki həddə ən yuxarı və ən aşağı hədlərdə özünü göstərir. Ən yuxarı həddə qiymətin özünü göstərməsi bazarda tələbin təklifi üstələməsi zamanı, ən aşağı həddə olması isə istehsal xərclərinin minimum olması şəraitində təklifin yuxarı olması zamanı baş verir. Bazarda elactiklik kriteriyasını xarakterizə edən bu mühitin istənilən dəyişikliyi istehsalçı mənfəəti ilə istehlakçı xərcləri arasında tərç mütənsiblikdən asılı olur. Yəni istehsal xərclərinin nəzərə alınması və qiymətlərin təklif-tələb-təklifdən asılı olaraq müəyyənəlməsi istehsalçıların çox hallarda müflisləşməsi ilə nəticələne bilər. Ona görə də sivil bazar fəaliyyətinin qurulması dövlət tənzimlənməsini zəruri edir.

Qeyd edək ki, ərzaq məhsulları tez xarab olduğundan və bu gün Azərbaycanda istehsal olunan məhsulların saxlanması problemləri həll olunmadığından onların keyfiyyətini itirməsi riski daha yüksəkdir. Qida məhsulları isə normativlərə və emal texnologiyasına uyğun olaraq müəyyən vaxt ərzində saxlanması mümkün olsada rəqabət mühiti tənzimlənməyə istehsalın azalması və bazarda qıtlığın yaranması qaçılmazdır.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, ölkənin strateji maraqlarının qorunması məqsədi ilə davamlı iqtisadi artım tempinin təmin edilməsi zamanı alternativ vasitələrdən istifadəyə daha çox üstünlük verilir.

Qeyd edək ki, ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemində integrasiyasının reallaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb etməklə bərabər qloballaşma mühitində hər bir dövlətin iqtisadi və siyasi müstəqilliyinin zəruri şərti kimi çıxış edir. Ona görə də daxili və xarici resurslardan səmərəli istifadə edilməsinə istiqamətlənən iqtisadi artım tempi iqtisadiyyatda struktur dəyişikliklərinin həyata keçirilməsini şərtləndirir. Struktur dəyişikliklərinin həyata keçirilməsi, onlardan səmərəli istifadə edilməsi, əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi ilə yanaşı iqtisadi

tənzimləmə vasitələrinin səmərəli şəkildə reallaşdırılması ilə də sıx əlaqədardır.

Dövlətin makroiqtisadi siyasəti iqtisadiyyatda struktur dəyişikliklərinin spesifik xüsusiyyətləri ilə şərtlənir. Bu ilk növbədə iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsini və iqtisadiyyatda ixtisaslaşma prosesinin reallaşdırılmasını nəzərdə tutur. İstehsalın ixtisaslaşması müasir şəraitdə bazar konyunkturunda baş verən dəyişikliklər nəzərə alınmaqla həyata keçirilməlidir. Məhz belə bir şəraitdə iqtisadiyyatda səmərəli təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi mümkündür. Bazar konyunkturuna əsaslanan ixtisaslaşma proseslərinin dərinləşməsi, qloballaşma şəraitində hər bir təsərrüfat subyektlərində hər bir sahənin xarici bazara çıxış imkanlarının genişləndirilməsinə əlverişli şərait yarada bilər. Xarici bazara çıxış imkanlarının əldə edilməsi bu gün dövlətlər arasında əldə edilmiş razılaşmalar əsasında həyata keçirilir və qəbul edilmiş qanunlara əsasən idxal və ixrac olunan məhsullara xüsusəndə ərzaq məhsullarına ölkə sərhədlərini keçəndə sertifikat və digər sənədlər tələb olunur. Yəni istər daxili tələbat həcmində məhsul istehsal edən və istərsə də daxili bazanın tələbatından artıq məhsul istehsal edən istehsalçı xarici bazarlara çıxmaqda ciddi çətinliklərlə üzləşirlər.

Araşdırmalar göstərir ki, bu gün kənd təsərrüfatında istehsal olunan məhsulların 95%-i xırda təsərrüfatların payına düşür və qeyd edildiyi kimi onların nəinki xarici bazarlara, həmçinin daxili bazarlara da çıxmaq imkanları məhduddur və bir çox hallarda onların məhsullarının bazara çıxışı aralıq vasitəçilər tərəfindən həyata keçirilir. Təbiidir ki, onlar satışa çıxartdıqları məhsullara dair heç bir marketing tədqiqatı aparmırlar, çünki bu aralıq qurumlar kifayət qədər qazanc götürə bilirlər. Lakin, bazarlarda bu gün təmsil olunma məsələləri marketing tədqiqatına əsaslanmadan həyata keçirildiyindən riskli olmaqla bərabər rəqabətə davamlılığı da aşağı səviyyəyə salır.

Kənd təsərrüfatında geniş təkrar istehsal mühitinin formalaşması, istehsalın ixtisaslaşması, intensiv və innovativ amillərə geniş yer verilməsi

son nəticədə istehsal xərclərinin minimuma endirilməsinə, məhsuldarlığın yüksəldilməsinə imkan verəcəkdir. Lakin yuxarıda qeyd edildiyi kimi iri təsərrüfat fəaliyyətinin rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin olunması üçün əsas məsələ onun istənilən şəraitində satışa çıxardığı məhsulun reallaşdırılması ilə onun rentabellik səviyyəsi təmin olunsun. Dolayısı ilə real rəqabətqabiliyyətlik funksiyası olan son fəaliyyət bazar sferasında düzgün qurulmuş marketing fəaliyyəti ilə əldə oluna bilər.

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, firmalar beynəlxalq marketing üzrə fəaliyyətə iki yolla çəlb olunurlar: birincisi – firma özü xaricdə təmsil olunmaq üçün birbaşa və ya ikincisi – dövlətin iştirakıyla xaricdə satış təşkil etmək üçün müraciət edir. Firma xaricdə özü təmsil olunmaq imkanlarına o zaman baxır ki, onun istehsal gücü ölkə bazarının tələbatından yüksək olur və ya xaricdə daha yaxşı marketing imkanları görünür. (3.463.c.Filip Kotler).

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanda ərzaq məhsulları istehsalçıların və ya aralıq vasitəçilərin əsasən Rusiya bazarlarına çıxışı daha asandır. Digər mühüm səbəb onların bu bazarları seçməsi istehsal olunan məhsulların inkişaf etmiş dövlətlərin bazarlarının tələb etdikləri standartlara cavab verməməsi ilə şərtlənir. Bu vəziyyət digər MDB məkanında olan dövlətlərin istehsalçılarına da şamil oluna bilər. Eyni zamanda, Rusiya bazarlarında həm bu məhsullara tələbin daha çox olması və həm də ərzaq məhsullarının idxal-ixracında müəyyən qədər sərbəstliyin olması vasitəçilərin bu bazarı seçməsinə şərtləndirir. Digər mühüm amil transaksion xərclərin az olmasından qaynaqlanır.

Araşdırmalar göstərir ki, ərzaq məhsullarının ixracının həyata keçirilməsində dövlətlər arası öhdəliklərin, o cümlədən MDB məkanında öz həllini tapmaması hər il sərhəd-buraxılış məntəqələrində ləngimələrə və Rusiya mərkəzi bazarlarında yaradılan digər subyektiv əngəllər ixrac olunan məhsulların satılmasında ciddi problemlər yaradır və məhsulların xarab olmasına, keyfiyyətinin və son nəticədə rəqabət qabiliyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır.

Məhsulların satılmasında yaranan digər ciddi problemlərdən biri də istehsal sahələrindən əldə edilən məhsulun satışının aralıq vasitəçilərinin iştirakıyla təşkil edilməsidir. Bu gün kənd təsərrüfatında istehsal olunan məhsulları aralıq vasitəçiləri ən aşağı qiymətlərlə alıb ixrac etmələridir. Məhsulların yığım dövründə daxili ərzaq bazarına aralıq vasitəçiləri tərəfindən daha çox daşınmasına baxmayaraq, onlar da yalnız bazar qiymətlərinə uyğun qiymətlər ilə fəaliyyət göstərilir. İstər daxili bazarda istərsə də xarici bazarda məhsulun satışı aşağıdakı iki sxem üzrə həyata keçirilir: birinci halda məhsulun qiyməti

istehlakçı üçün daha münasib olur, ikinci halda isə qiymətlər bir qədər yüksək olur. Son dövrlərdə ölkədə iri ticarət şəbəkələrinin inkişaf etməsi və ərzaq məhsullarının bu şəbəkələrdə satışının həyata keçirilməsi qiymətlərin bir qədər də yüksəlməsinə səbəb olmuşdur ki, bu da əhəlinin alıcılıq qabiliyyətinə bir o qədər də uyğun deyildir. Aparılan müşahidələr göstərir ki, əhali ərzaq məhsullarının istehlakını birinci sxem üzrə həyata keçirməyə daha maraqlıdırlar. Daxili və xarici bazarlarda bu şəkildə proseslərin getməsinə baxmayaraq son nəticədə ən aşağı gəlir götürən istehsalçılar olurlar ki, bu da onların mənfəətlərinə və rəqabətə davamlılığına mənfi təsir göstərir.

Araşdırmalar göstərir ki, kənd təsərrüfatında rəqabətə davamlılığın yüksəldilməsinin təmin edilməsi üçün onların kooperativ şəkildə fəaliyyət göstərməsinin xüsusi rolu vardır. Qeyd edək ki, inkişaf etmiş ölkələrdə, Almaniya və Fransada kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında kooperativlərin mühüm rolu vardır. Eyni zamanda, bu ölkələrdə istehsal olunan ərzaq məhsullarının rəqabətə davamlılığı digər ölkələrdən daha yüksəkdir. Almaniya 349 min fermer təsərrüfatı 3000 min kooperativdə birləşirlər və onların üzvlərinin sayı 1,8 milyon nəfər, onların illik dövriyyəsinin məcmu həcmi isə 44 milyard avro olmuşdur. Fransada isə 2008-ci ildə ixtisaslaşmış 3 min istehsal, 3,8 min satış-ticarət, 13 min texniki xidmət kooperativləri mövcud olub. Kooperativlər vasitəsi ilə fermerlər emal sənayesinin 50%-nə nəzarət edirlər ki, bu da onlara məhsulların satışının daxili və xarici bazarlarda həyata keçirmələrinə və rəqabətə

Cədvəl 1. Azərbaycanda heyvanların baş sayının və məhsul istehsalının dinamik inkişafı

Göstəricilər	1995	2001	2011	2012	2012-ci ilin faizlə nisbəti	
					1995	2001
Mal-qaranın sayı, min baş	1681,7	2097,9	2681,9	2712,7	159,5	101,1
Qaramal, o cümlədən						
İnak və camışlar	772,6	1001,7	1288,1	1305,6	169,0	101,3
Qoyun və keçilər	4644,4	6558,9	8559,3	8665,2	186,5	101,2
Quşlar (milyon baş)	13,3	15,3	23,2	24,6	185,0	106,0
Heyvandarlıq məhsullarının istehsalı, min ton						
Ət (kəsilməz çəkiddə)	109,4	114,1	263,7	285,6	2,6 dəfə	108,3
Süd (fiziki çəkiddə)	826,5	1073,7	1622,3	1719,6	2,0 dəfə	106,0
Yumurta (milyon ədəd)	455,8	555,5	1011,0	1226,7	2,7 dəfə	121,3

Cədvəl DSK-nin məlumatları əsasında tərtib edilmişdir. Bakı-2013

davamlılığına stimül yaradır. Onu da qeyd edək ki, bu kimi kooperativlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi üçün onlara mənfəət vergisi tətbiq olunmur. (5)

SSRİ-nin süquta uğraması Avropa dövlətlərinin əhatəsinin genişlənməsinə və Polşa, Rumıniya, Slovakiya və s. dövlətlərin bu ittifaqa daxil olmasına şərait yaratmış və bu dövlətlərin inkişaf etmiş Avropa dövlətlərinin bazarlarına çıxışına geniş imkanlar açılmışdır. Araşdırmalar göstərir ki, sosializm sistemindən ayrılmış dövlətlərin, inkişaf etmiş dövlətlərin bazarlarına daxil olmaları rəqabət mühitinin tənzimlənməsində müəyyən problemlər də

yaratmışdır. Belə ki, Polşa fermerləri Alman fermerlərindən fərqli olaraq donuz saxlamaqda və donuz əti istehsalında fərqli imtiyazlara malikdir. Nəticədə Polşa fermerinin Alman bazarında 1 kq donuz ətinə təklif etdiyi qiymət Alman fermerinin 1 kq donuz ətinə çəkdiyi xərəcə bərabər olduğundan yerli istehsalçıların fəaliyyətində ciddi problemlər yaranır. Qeyd edək ki, yaranmış belə vəziyyət iqtisadi və siyasi xarakter daşıdığından Alman hökuməti vəziyyətdən çıxış yolunu hələ ki, kompensasiya etməklə həll edirlər.

Qeyd edək ki, «2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı»nda 2015-ci ildə ət istehsalının kəsilmiş çəkiddə 340 min tona, sənaye quşçuluğunda broyler ətinin 80 min tona, süd istehsalının 2,4 milyon tona, yem bitkiləri əkinlərinin 500 min hektara, qarışıq yem istehsalının isə 2 milyon tona çatdırılması qarşıya məqsəd kimi qoyulmuşdur.

Dövlət proqramına uyğun olaraq qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün kənd təsərrüfatı istehsalının intensiv inkişafına nail olunmalıdır. Araşdırmalar göstərir ki, son illərdə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı artan dinamika ilə inkişaf etsə də bu əsasən ekstensiv yolla həyata keçirilir ki, bu da öz növbəsində iqtisadi cəhətdən səmərəli deyildir. Ekstensiv inkişaf heyvandarlıq sahəsində özünü daha qabarıq şəkildə büruzə verir. Heyvandarlıq sahəsində 1995 və 2012-ci illərdə heyvanların baş sayı və məhsul istehsalının növlər üzrə müqayisəli vəziyyəti cədvəl 1-də verilmişdir.

Statistik məlumatların təhlili göstərir ki, aqrar islahatlar dövründə heyvanların baş sayı və məhsul istehsalı ən aşağı həddə düşmüş, əhalinin ərzaq məhsullarına olan tələbatının minimum səviyyədə ödənilməsi üçün idxal məhsullarının həcmi artmışdır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsi və müəyyən qədər dövlət tərəfindən tənzimlənməsi nəticəsində heyvandarlıq sahəsində müəyyən inkişafa nail olunmuşdur. Belə ki, 1995-ci ilə nisbətən 2012-ci ildə mal-qaranın baş sayı 59,5%; inək və camışlar 69,0%; qoyun və keçilər 86,5%; quşların baş sayı isə 85,0% artmışdır. Eyni zamanda, məhsul istehsalı ət (kəsilmiş çəkiddə) 2,6 dəfə, süd (fiziki çəkiddə) 2,0 dəfə, yumurta 2,7 dəfə artmışdır. 2001-ci ilə nisbətən isə 2012-ci ildə isə bu artım az miqdarda fərqlənmişdir.

Araşdırmalar göstərir ki, məhsul istehsalının son illərdə artımının bir o qədər də fərqlənməməsində əsas səbəb məhsuldarlığın aşağı olması və ekstensiv inkişafa üstünlük verilməsidir. Heyvandarlıq sahəsində müşahidə olunan digər səbəblərdən biri də istər iribuynuzlu, istərsə də xırda buynuzlu heyvanların cavan kəsilməsidir. Yəni heyvanlar kəsim üçün müəyyən edilən yaş həddinə çatmamış kəsimə verilməsi ümumilikdə götürdükdə tonlarla ət itkisinə

Cədvəl 2. 2011-2012-ci illərdə ölkə üzrə əsas növ ərzaq məhsullarının bir nəfərə istehlak səviyyəsi

Göstəricilər	ÜDST-nin bir nəfərə istehlak normaları kq	Ölkə daxili bir nəfərə istehlak normaları kq	Bir nəfərə faktiki istehlak kq		İstehlak səviyyəsi %	
			2011	2012	ÜDST-nin normalarına nisbətən	Ölkə daxili normalara nisbətən
Çörək	154	171	211	154,1	137,0	123,4
Kartof	97	44	72,2	72,8	74,4	164,1
Tərəvəz	140	96	159,3	155,8	113,8	165,9
Meyvə	80	47	75,4	62,3	94,2	160,4
Ət	70	27,8	33	35	47,1	118,7
Süd	359	209	248	245,5	69,1	118,7
Yumurta (ədəd)	243	139	131,5	127	54,1	94,6
Balıq	8,3	5	6,8	7,4	81,9	136
Bitki yağları	13	10	9,0	9,0	69,2	90
Şəkər	36,5	16,9	30,3	30,8	83,0	179,3

Mənbə: Azərbaycanın kənd təsərrüfatı, DSK, Bakı, 2012.

yol verilməsi deməkdir. Belə ki, aparılan müşahidələr göstərir ki, iri şəhərlərdə kəsimə verilən danaların yaş həddi adətən 6 aydan 1 yaşı qədər olur ki, bu da hər baş dananın kəsimindən 100 kq, hər quzunun kəsimindən isə 8-10 kq ət itkisinə yol verilir. Bu da öz növbəsində il ərzində 10-15 min ton ət itkisi deməkdir. Heyvanların bu cür kəsimə verilməsi isə təbii ki, onun səmərəsini azaltmaqla daxili ərzaq bazarının tələbatının ödənilməsində müəyyən çətinliklər yaradır.

Ümumiyyətlə, bazar iqtisadiyyatı şəraitində ərzaq bazarı əhalinin ərzaq məhsullarına olan tələbatının ödənilməsində əhəmiyyətli rol oynamaqla daha çox kənd təsərrüfatı və qida məhsullarının ticarətini özündə əks etdirir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının ticarəti həm istehsalçıların və həm də istehlakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətinin sabitləşdirilməsində önəmli rol oynayır. Belə ki, ərzaq bazarında kənd təsərrüfatı məhsullarının ticarəti vasitəsilə mülkiyyət mənsubiyyətindən asılı olmayaraq əmtəə istehsalçıları növbəti ildə geniş təkrar istehsalı həyata keçirmək üçün maliyyə resursu qazanır. İstehlakçılar isə kənd təsərrüfatı məhsullarının ticarət vasitəsilə sosial ehtiyaclarını, xüsusən də qida məhsullarına olan tələbatlarını ödəyirlər. Azərbaycanda 2011-2012-ci ildə əsas növ ərzaq məhsullarının bir nəfərə istehlak səviyyəsi cədvəl 2-də verilmişdir.

Statistik məlumatların təhlili göstərir ki, ÜDST-nin bir nəfərə müəyyən etdiyi normalarla ölkədaxili bir nəfərə müəyyən edilmiş normalar arasında kəskin fərq vardır. Belə ki, ÜDST-nin müəyyən etdiyi normalardan ölkədaxilində taxıl 17 kq çox, digər məhsullar isə kartof 53 kq, tərəvəz 44 kq, meyvə 33kq, ət 43,2 kq, süd 150 kq, yumurta 104 ədəd, balıq 3,3 kq, bitki yağları 3 kq və şəkər 19,6 kq az müəyyən edilmişdi. Lakin faktiki olaraq bir nəfərə düşən istehlak olunan məhsullar taxıl və tərəvəz istisna olmaqla ÜDST-nin normalarından 6-45% aşağı olsada, ölkədaxili normalardan yumurta və bitki yağları istisna olmaqla 18-65% yüksək olmuşdur. Qeyd edək ki, əhalinin gəlirlik səviyyəsinin, onlara ödənilən əmək haqqı və təqaüd-

lərin artırılması, əhalinin işlə təmin olunmasının inkişaf etdirilməsi əhalinin alıcılıq qabiliyyətini yüksəldir ki, bu da son nəticədə əhali tərəfindən istehlak olunan məhsulların keyfiyyətinə və qidalılığına görə yüksək olan yerli məhsullara üstünlük verilərək seçilməsinə səbəb olur. Bu halda yerli məhsullara yüksək qiymət ödəməyə və istehlak səviyyəsini artırmaqla tələbatı çoxaltmağa stimül yaranır. Nəticədə daxili bazarda yerli istehsalçının mövqeyi möhkəmlənir, onların gəlirləri artır və eyni zamanda məhsul istehsalının artırılmasına stimül yaranır.

Qeyd edək ki, 2013-ci ildə əhalinin minimum yaşayış səviyyəsi 125 manat həcmində, 01.01.2014-cü ildən isə 136 manat həcmində müəyyən edilmişdir. Minimum əmək haqqı isə 105 manat, təqaüdlərin baza hissəsi isə 100 manat səviyyəsində müəyyən edilmişdir. Əmək haqlarının 10% artırılması və gəlir vergisinin tutulması həddi (250-136)*14% səviyyəsində hesablanması əmək haqqı 250 manatdan aşağı olan işləyən əhalinin gəlirlərinin artmasına müsbət təsir etsədə onların alıcılıq qabiliyyəti yenə bazarda ərzaq məhsullarının təklif olunan qiymətləri ilə uyğunlaşmır. Bu isə öz növbəsində bazarda yenə alıcıları daha ucuz məhsul axtarmasına daha doğrusu büdcəsinə görə xərcləməyə üstünlük verməsinə səbəb olur. Nəzərə alsaq ki, DSK-nin məlumatları əsasında hesablamalara əsasən əhalinin 53% 200 manat səviyyəsində 40 %-nin isə 500 manat həcmində əmək haqqı alması və onların ailə üzvlərinin sayına görə bölgüsü alıcılıq qabiliyyətinin çox aşağı olduğunu deməyə əsas verir.

Azərbaycanda aqrar sahənin inkişafı üçün geniş iqtisadi potensial vardır. Həyata keçirilən aqrar və struktur islahatlar nəticəsində bu imkanlardan qismən istifadə olunaraq, kənd təsərrüfatı məhsullarının, xüsusən də ərzaq məhsullarının dinamik sürətli inkişafına nail olunmuş və məsul istehsalının artırılmasına ilkin stimül yaranmışdır. Məhz bu baxımdan, kənd təsərrüfatında adambaşına il ərzində ərzaq məhsulları istehsalı son illərdə artmağa başlamışdır. Bir nəfərə düşən istehsal olunan əsas ərzaq məhsulları istehsalının inkişaf dinamikası cədvəl 3-də verilmişdir.

Cədvəl 3. Əsas ərzaq məhsullarının il ərzində bir nəfər düşən faktiki istehsalı, (kq)

Göstəricilər	2000	2008	2009	2010	2011	2012
Taxıl (təminləmədən sonrakı çəkiddə)	190	281	332	218	265	298
Kartof	59	124	111	107	104	106
Tərəvəz	98	141	134	133	134	133
Ərzaq bostan bitkiləri	33	47	47	49	53	47
Şəkər çuğunduru (sənaye emalı üçün)	6	22	21	28	28	19
Meyvə və giləmeyvə	60	82	81	82	85	88
Ət	19	27	27	28	29	31
Süd	130	158	162	171	179	187
Yumurta, ədəd	68	126	137	132	112	134
Balıq	2.4	2.4	5.1	5.1	5.0	5.5

Mənbə. DSK-nin məlumatları, Bakı, 2013.

Statistik məlumatların təhlili göstərir ki, 2000-ci ilə nisbətən adambaşına istehsal olunan ərzaq

məhsulları 2008; 2009; 2010; 2011; 2012-ci illərdə müxtəlif məhsullar üzrə 20%-dən 2 dəfəyə qədər artmışdır. Lakin son illərdə bu artım öz inkişaf tempini qoruyub saxlaya bilməmiş və azalmalar baş vermişdir. Belə ki, 2007-ci ildə kartof istehsalı 121kq, tərəvəz 143 kq olduğu halda 2011-cu ildə adambaşına kartof istehsalı 17 kq azalaraq 104 kq, tərəvəz istehsalı 9 kq azalaraq 134 kq olmuşdur. Cədvəl 2-lə müqayisə etdikdə ölkədə taxıl istehsalı adambaşına 265 kq olsada faktiki istehlak 211 kq olmuşdur. Lakin bu heç də o demək deyildir ki, ölkədə istehsal olunan taxıl əhalinin tam tələbatını ödəyir. Nəzərə almaq lazımdır ki, ölkədə istehsal olunan taxılın demək olar ki, 30-40 %-i ərzaq üçün yarsızdır. Kartof istehsalı 104 kq olmuş, faktiki istehlak isə 72,2 kq olmuşdur. Burada bir məsələni nəzərə almaq lazımdır ki, ölkə daxilində istehsal olunan kartof məhsulunun 70 %- suvarılan sahədən istehsal olunduğundan bu məhsulların bütün il boyu keyfiyyətli saxlanması da çoxlu xərc tələb edir. Məhz bu baxımdan, məhsul yığım vaxtı kartof məhsulunun Rusiya bazarlarına ixracına üstünlük verilir. Əhalinin bütün il boyu kartof məhsuluna olan tələbatını ödəmək üçün isə Türkiyə və İrandan idxalı üstünlük təşkil edir ki, bu da yerli dəmyə şəraitində becərilən kartof məhsuluna ciddi rəqabət yaradır. Tərəvəz məhsulu tələbatı bütün il boyu tam ödəmədiyindən, bu məhsulların da idxalı üstünlük təşkil edir. Lakin istixanaların inkişaf etdirilməsi idxalı sıfıra yaxınlaşdırmaqla ixracın daha da artmasına geniş imkanlar yaradır. Quşçuluq sənayesinin inkişaf etdirilməsinə baxmayaraq bir nəfərə yumurta istehlakı istehsaldan 18,5 ədəd çox olmuşdur. Süd istehsalı 179 kq, faktiki istehlak istehsaldan 69 kq çox olmaqla 248 kq olmuşdur.

İqtisadi tənzimləmə vasitələri bazar münasibətlərinin inkişaf etdirilməsinə, daxili və xarici ərzaq bazarında azad rəqabət mühitinin formalaşdırılmasına əlverişli şərait yaradır. Bu ilk növbədə anti-inhisar tənzimlənməsinin reallaşdırılmasını özündə əks etdirir. Nəzərə almaq lazımdır ki, bütövlükdə iqtisadiyyatda inhisarçılıq meyillərinin qarşısının alınmasına itiqamətlənmiş tədbirlər, davamlı inkişafın təmin edilməsində əlverişli vasitə hesab edilir və bütün bunlar cəmiyyət üzvlərinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına, həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə onun inkişaf etmiş ölkələrin səviyyəsinə uyğunlaşdırılmasına əlverişli şərait yaradır. Bu baxımdan, daxili ərzaq bazarında azad rəqabət mühitinin formalaşdırılması və tənzimlənməsinə istiqamətlənmiş tədbirlərin reallaşdırılmasının dövlət tərəfindən həyata keçirilməsi məqsədəuyğundur. Antiinhisar tənzimlənməsi və rəqabətin inkişafına yönəldilmiş tədbirlər əsas növ ərzaq məhsulları və digər istehlak məhsullarının qiymətlərinin tənzimlənməsinə müsbət təsir etməklə bərabər istehsalçıların gəlirlərinin artmasını təmin edir. Bundan əlavə, azad rəqabət mühitinin formalaşdırılması iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində rəqabət mühiti əsasında təsərrüfat

subyektlərinin formalaşdırılmasına imkan verir ki, bu da ilk növbədə əhəlinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına, eləcə də məşğulluğun təmin edilməsinə və işsizliyin səviyyəsinin azaldılmasına əhəmiyyətli təsir vasitəsi sayılır. Dövlət tərəfindən həyata keçirilən tənzimləmə mexanizmləri təbii inhisar vasitələrində qiymətlərin səviyyəsinin normallaşdırılmasına istiqamətlənmiş tədbirlərin reallaşdırılmasını özündə əks etdirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, hazırda təbii inhisar sahələrində, o cümlədən su, qaz, elektrik təchizatı və digər sahələrdə qiymətlərin səviyyəsi dövlət tərəfindən müəyyən edilir və adı çəkilən qurumlar təbii inhisarçılıq hesab edilir. Bu baxımdan iqtisadiyyatın az gəlirli və eləcə də yeni yaradılan sahələrinin və təsərrüfat subyektlərinin inkişafını stimullaşdırmaq məqsədi ilə dövlət tərəfindən təbii inhisar məhsulları və xidmətlərinin qiymətlərinin tənzimlənməsinə istiqamətlənmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğundur. Digər tərəfdən həmin qiymətlərin səviyyəsinin prioritet sahələr üçün güzəştli şərtlərlə müəyyənləşdirilməsinə yönəldilmiş fəaliyyət mexanizminin yaradılması və tətbiqi tövsiyyə olunur.

Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanın daxili ərzaq bazarında rəqabət mühitinin tənzimlənməsi istiqamətində bir sıra zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsinə xüsusi ehtiyac vardır. Bu ilk növbədə iqtisadiyyatın az gəlirli və eləcə də təbii-iqlim

şəraitindən asılı olan sahələrində, məsələn kənd təsərrüfatında müxtəlif mülkiyyət mənsublu əmtəə istehsalçıların istifadə etdikləri təbii inhisar məhsulları və xidmətlərinin qiymətlərinin tənzimlənməsinə yönəldilmiş fəaliyyəti özündə əks etdirə bilər. Belə ki, son illərdə respublikamızda istixanaların inkişaf etdirilməsində xeyli irəliləyişlər olmuş və bu Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda daha çox müşahidə olunur. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi daxili ərzaq bazarının bütün mövsüm ərzində tərəvəz məhsulları ilə təmin olunmasında, qiymətlərin istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinə uyğunlaşdırılmasında və işsizlik səviyyəsinin azaldılmasında mühüm rol oynayır.

Onu da qeyd etmək ki, istixanaların fəaliyyətində material məsrəfləri xüsusən də enerji məsrəfləri yüksək olduğundan, dövlətin təbii inhisarında olan enerji resurslarından bu istixanaların istifadəsində güzəştlərin edilməsi daha məqsədəuyğundur.

Beləliklə, yuxarıda qeyd etdiklərimizi ümumiləşdirərək belə qənaətə gəlmək olur ki, dövlətin daxili ərzaq bazarını iqtisadi vasitələrlə tənzimlənməsinin sürətləndirilməsi, eyni zamanda kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının, sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması və daxili bazarın qorunması bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi rayonların ərazilərində işsizlik səviyyəsinin azalmasında mühüm rol oynayır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı. Bakı 2013., 635s. 2. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. Bakı, 2013, 804s. 3. F. Kotler. Marketingin əsasları, Bakı, "Ergün", 1993., 559s. 4. E. Ə. Quliyev. Ərzaq təhlükəsizliyinin resurs təminatının yaxşılaşdırılması istiqamətləri. ƏZETKTİ və TI-nun "İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin artırılması və sahibkarlığın inkişaf problemləri" şöbəsinin 2013-cü illik hesabatı. 5. Paolo Bruni. Agricultural Cooperatives in Europe. Brussels, 15.09.2010.

Направления государственного регулирования конкурентной среды на внутреннем рынке

С.И.Махмудов

В статье исследуются вопросы государственного регулирования конкурентной среды на внутреннем рынке. Для регулирования конкурентной среды на продовольственном рынке исследуются направления государственного регулирования для увеличения производства продукции и в стимулировании предпринимательской деятельности. Исследования показывают, что на внутреннем продовольственном рынке, регулирование конкурентной среды является одной из функций государства. Т.е основные факторы влияющие на конкуренцию, эффективное применение механизма экономических средств возможно только за счет государственного вмешательства. Одним из экономических средств используемых в этом направлении является фактор цены. Поэтому его регулирование на внутреннем рынке является необходимым.

Ключевые слова: продукты, рынок, конкуренция, государство, регулирование, экономика, монополия, цена, производство, продажа

The directions of state regulation of the competitive environment in domestic market

S.İ.Mahmudov

The questions of state regulation of the competitive environment in domestic market are investigated in article. For regulation of the competitive environment in the food market the directions of state regulation for increase in production and in stimulation of business activity are investigated. Researches show that in the domestic food market, regulation of the competitive environment is one of state functions. That is major factors influencing the competition, effective use of the mechanism of economic means possibly only due to the state intervention. One of the economic means used in this direction is the price factor. Therefore its regulation in domestic market is necessary.

Keywords: products, market, competition, state, regulation, economy, monopoly, price, production, sale